

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah penelitian ilmiah secara sistematis terhadap fenomena yang ada serta adanya sebab akibat. Menurut Sugiyono (2019) penelitian menggunakan kuantitatif merupakan penelitian ilmiah untuk meneliti fenomena yang ada saat ini dengan cara pengumpulan data yang dapat diukur menggunakan teknik analisis maupun komputasi.

3.2 Obyek Penelitian

Penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa semua gejala tidak berdiri sendiri, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Subyek penelitian ini adalah faktor-faktor yang belum dapat diungkapkan secara empiris (Sahir, 2021). Objek penelitian merupakan elemen penting dalam sebuah penelitian, menentukan fokus peneliti dalam menganalisis dan mengumpulkan data fenomena yang relevan sehingga mendapatkan hasil yang valid. Pada penelitian ini memfokuskan objek kepada keputusan pembelian motor Honda PCX di Kota Jakarta Selatan.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi menurut Sugiyono (2019) didefinisikan sebagai keseluruhan topik atau fenomena yang menjadi fokus penelitian. Apabila peneliti memutuskan untuk mempelajari seluruh subjek atau unsur populasi, maka penelitian tersebut disebut penelitian populasi atau penelitian sensus. Sasaran penelitian ini adalah masyarakat wilayah Jakarta Selatan yang berminat untuk membeli sepeda motor Honda PCX. Jumlah pasti dari populasi ini tidak diketahui.

3.3.2 Sampel

Menurut Mulyani (2021) Sampel merujuk pada subset dari populasi yang lebih besar yang dipilih menggunakan prosedur tertentu, dengan tujuan untuk mewakili keseluruhan populasi. Pengambilan sampel digunakan ketika ukuran populasi terlalu besar untuk diteliti secara menyeluruh. Metode pengambilan

sampel *non-probabilitas* adalah pendekatan yang tidak menjamin bahwa setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih; sebaliknya, metode ini bergantung pada kriteria tertentu untuk pemilihan. Salah satu contohnya adalah pengambilan sampel target, yang melibatkan pemilihan sampel berdasarkan faktor-faktor tertentu. Misalnya, dalam penelitian mengenai keputusan pembelian sepeda motor Honda, individu yang sudah memutuskan untuk membeli sepeda motor tersebut dipilih.

Penelitian kali ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan dengan pengumpulan karakteristik responden sebagai berikut ini :

1. Responden merupakan konsumen pengguna produk motor Honda PCX.
2. Responden berdomisili di Jakarta Selatan.

Dikarenakan jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka penelitian menggunakan teori Hair et al, (2021). Dikatakan jika sampel yang dapat digunakan dalam penelitian paling sedikit berjumlah 100 sampel atau responden, untuk menentukan sampel yang tepat maka indikator dikali 5 - 10. Mengingat total terdapat 22 indikator dalam penyelidikan, maka $22 \times 6 = 132$ sampel digunakan dalam analisis. Sehingga jumlah sampel yang harus dipenuhi adalah 132 responden dan sudah melebihi syarat minimum yang ditentukan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

3.4.1 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara online melalui *Google Form* kepada partisipan sampel. Penyebaran kuesioner didukung oleh aplikasi media sosial seperti Instagram dan WhatsApp. Pendekatan ini digunakan untuk menyebarkan pertanyaan mengenai variabel dan fenomena penelitian kepada responden dengan tujuan memperoleh jawaban yang relevan dari subjek penelitian.

3.4.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan sejak September 2024 sampai Desember 2024. Pada bulan September membuat proposal penelitian, menguji data yang telah

didapatkan melalui penyebaran kuesioner dan bulan November membuat laporan akhir penelitian berupa hasil dari data yang sudah diolah, menghubungkan dengan hipotesis dan membuat laporan akhir penelitian. Penelitian melibatkan Masyarakat di Jakarta Selatan yang memutuskan membeli Honda PCX.

3.5 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian

Menurut Ghozali (2021) Definisi operasional merupakan definisi yang disusun oleh peneliti untuk menjelaskan terminologi atau istilah dalam penelitian, bertujuan agar persepsi antar peneliti dan pihak yang terlibat di penelitian seimbang.

Terdapat empat variabel dalam penelitian ini yaitu (X_1) Harga, (X_2) Citra Merek, (X_3) Kualitas Produk, dan (Y) Keputusan Pembelian motor Honda PCX di Jakarta Selatan.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
Keputusan Pembelian (Y) Kotler et al. (2024)	Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen akhirnya membeli setelah membandingkan faktor lain.	1. Identifikasi Kebutuhan	Saya membeli motor Honda PCX karena kebutuhan sehari-hari
		2. Pencarian Informasi	Saya mendapatkan informasi lebih banyak Honda PCX melalui website resmi
		3. Evaluasi Alternatif	Saya membandingkan motor Honda dengan Yamaha dengan harga yang sebanding
		4. Pembelian Produk	Saya memutuskan membeli motor Honda PCX karena dari segi kualitas lebih baik dari Yamaha.
		5. Evaluasi Pasca Pembelian	Honda PCX sudah sesuai setelah

Variabel	Definisi Operational	Indikator	Pernyataan
			membandingkan antara harga dan kualitas yang didapatkan
Harga (X_1) Kotler et al. (2022)	Harga merupakan indikator dari nilai yang dirasakan oleh konsumen terhadap kualitas atau manfaat suatu barang atau jasa	1. Persepsi nilai	Harga Honda PCX membuat saya merasa bahwa motor ini termasuk produk premium yang bernilai tinggi.
		2. Harga psikologis	Harga motor Honda PCX membuat saya berpikir bahwa saya sedang membeli produk dengan teknologi canggih dan modern
		3. Harga relatif	Saya mempertimbangkan untuk membeli Honda PCX karena harga yang ditawarkan terasa wajar mengingat spesifikasi dan reputasinya.
		4. Harga jangka panjang	Harga jual motor Honda PCX bekas masih cukup tinggi karena merek Honda dan kualitasnya dapat dibuktikan
		5. Harga diskon dan promosi	Harga motor PCX saat diskon lebih sesuai dengan anggaran saya dan mendorong untuk melakukan pembelian
Citra Merek (X_2) Tjiptono,	Citra merek merupakan nilai atau kesan yang terbentuk di	1. Kualitas Merek	Sebagai konsumen Honda PCX saya percaya jika motor tersebut dapat

Variabel	Definisi Operational	Indikator	Pernyataan
(2020)	benak konsumen yang mencerminkan persepsi mereka tentang kualitas, manfaat, dan pengalaman terkait dengan merek.		diandalkan dari daya tahan dan performanya
		2. Kepercayaan merek	Saya yakin bahwa layanan purna jual Honda sangat baik, yang membuat saya merasa aman saat membeli motor in
		3. Asosiasi merek	Pengalaman saya menggunakan Honda PCX sangat positif, dan ini memengaruhi keputusan saya untuk merekomendasikan motor ini kepada orang lain
		4. Kesadaran merek	Ketika saya mendengar tentang motor, nama "Honda PCX" langsung terlintas di pikiran saya
		5. Diferensiasi merek	Menurut saya Honda PCX menawarkan desain yang berbeda dari sebelumnya
Kualitas Produk (X ₃) Kotler et al. (2022)	Kualitas produk mengacu pada sejauh mana produk memenuhi standar tertentu, termasuk performa, daya tahan, dan kemampuan fungsional. Produk yang berkualitas baik biasanya mampu berfungsi sesuai harapan	1. Kinerja	Mesin motor Honda PCX memiliki performa menjanjikan sesuai dengan harapan dan harganya
		2. Daya Tahan	Motor Honda PCX memiliki kualitas rangka yang dapat diandalkan dan mampu menunjang aktivitas keseharian saya
		3. Memenuhi standar kualitas yang ditetapkan	Kualitas material yang digunakan pada Honda PCX

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
	konsumen		memberikan rasa aman dan nyaman saat berkendara
		4. Fitur	Kapasitas penyimpanan pada Honda PCX cukup untuk kebutuhan harian saya
		5. Desain	Desain fisik Honda PCX sangat menarik dan sesuai dengan selera saya
		6. Kualitas yang dirasakan	Honda PCX tetap nyaman meski saat berkendara dengan kondisi jalan kurang baik
		7. Kemampuan diperbaiki	Ketersediaan suku cadang untuk Honda PCX dan harganya bersahabat

Sumber: Dibuat Oleh Peneliti, 2024

3.6 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2019) Penelitian ini menjawab pertanyaan penelitian dengan menggunakan data primer, yang mengacu pada informasi asli yang dikumpulkan langsung oleh para peneliti. Kualitas data yang dikumpulkan dipengaruhi oleh tiga komponen utama. Metode yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner, yang juga disebut sebagai instrumen survei. Pemilihan metode ini disesuaikan dengan tujuan penelitian. Kuesioner memfasilitasi pengumpulan data yang berkaitan dengan topik penelitian melalui tanggapan yang diberikan oleh peserta. Pendekatan ini efisien untuk memperoleh informasi tertulis dari responden dan memungkinkan peneliti untuk menilai variabel tertentu berdasarkan pernyataan yang telah ditentukan.

Skala *likert* digunakan oleh para peneliti untuk mengumpulkan dan menganalisis tanggapan peserta yang diperoleh melalui kuesioner. Menurut Sugiyono (2019) Skala *likert* adalah teknik penelitian yang digunakan untuk

mendapatkan jawaban dari masyarakat mengenai fenomena tertentu. Pendekatan ini dilakukan dengan cara menjabarkan variabel yang diteliti menjadi beberapa indikator. Indikator-indikator tersebut kemudian menjadi dasar untuk menyusun instrumen penelitian, termasuk pernyataan di kuesioner.

Tabel 3. 2 Skor Alternatif Jawaban

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data berfungsi sebagai pendekatan sistematis dalam penelitian untuk menginterpretasikan data yang terkumpul. Pendekatan ini mencakup pemrosesan dan pemeriksaan data untuk memfasilitasi pengambilan keputusan yang tepat dan untuk menjelaskan pertanyaan dan hipotesis penelitian (Ghozali, 2021) analisis regresi linier digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur hubungan variabel independent dengan dependen. Penelitian ini memakai metode kuantitatif, dan hipotesis dievaluasi melalui teknik statistik yang sesuai, khususnya menggunakan perangkat lunak IBM SPSS 24.

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2021) tujuan dari uji validitas adalah untuk menilai seberapa efektif alat pengukuran, seperti kuesioner, dapat secara akurat menangkap konstruk yang dimaksud. Sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaannya berhasil mengungkap variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, validitas dievaluasi melalui nilai korelasi item dengan menganalisis korelasi keseluruhan dari setiap pertanyaan. Sebuah indikator dianggap valid jika nilai r hitung melebihi r tabel dan bernilai positif, dengan ukuran validitas lebih besar dari 0,05.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2021) pengujian reliabilitas adalah teknik yang digunakan untuk mengevaluasi konsistensi kuesioner sebagai alat untuk mengukur variabel atau konstruk tertentu. Kuesioner dianggap reliabel jika responden individu terhadap item tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. *Cronbach's alpha* adalah metode yang digunakan untuk menilai reliabilitas. Reliabilitas suatu variabel ditentukan oleh nilai *Cronbach alpha* yang diperoleh, dengan variabel dianggap reliabel jika nilai ini melebihi 0,60.

Menurut Sugiyono (2019) formula Cronbach's Alpha diukur berdasarkan alpha 0 sampai 1.

1. Jika $r \text{ alpha (positif)} > r \text{ tabel pernyataan reliabel}$.
2. Jika $r \text{ alpha (negatif)} < r \text{ tabel pernyataan tidak reliabel}$.

Nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60 diklasifikasikan sebagai reliabel. Klasifikasi nilai Cronbach's Alpha adalah sebagai berikut:

1. Nilai Cronbach's Alpha antara 0.00 sampai dengan 0.20 dikategorikan sebagai kurang reliabel
2. Nilai Cronbach's Alpha antara 0.20 sampai 0.40 dikategorikan sebagai agak reliabel.
3. Nilai Cronbach's Alpha antara 0,40 sampai 0,60 dikategorikan cukup reliabel.
4. Nilai Cronbach's Alpha antara 0,60 hingga 0,80 dianggap reliabel.
5. Nilai Cronbach's Alpha dari 0,80 hingga 1,00 diklasifikasikan sebagai sangat andal.

3.8 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian hipotesis untuk memverifikasi bahwa model regresi linier berganda yang digunakan memenuhi kriteria yang diperlukan dan dapat memberikan hasil yang tepat. Penilaian ini mencakup evaluasi normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Dengan menguji asumsi klasik ini, peneliti dapat menentukan keandalan model regresi yang digunakan dalam analisis datanya.

3.8.1 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menilai apakah variabel dependen dan independen dalam analisis regresi mengikuti distribusi normal. Penilaian ini sangat penting, karena asumsi normalitas sangat penting untuk memastikan bahwa hasil analisis regresi dianggap valid dan dapat diandalkan. Menurut Ghozali, (2021) model regresi yang efektif ditandai dengan data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk mengevaluasi normalitas data. Nilai signifikansi (sig) yang melebihi 0,05 menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal, sedangkan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa data tidak mengikuti distribusi normal.

3.8.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi linier atau tidak variabel-variabel independen dalam penelitian. Menurut Ghozali (2021) untuk melakukannya, melibatkan dua indikator utama, yaitu nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai tolerance menunjukkan seberapa besar variabel independen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya, sementara VIF adalah kebalikannya. Jika nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2021), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat perbedaan varian residual di antara pengamatan dalam model regresi. Untuk memastikan tidak adanya indikasi heteroskedastisitas, nilai signifikansi harus melebihi alpha (0,05). Dengan kata lain, jika hasil uji menunjukkan signifikansi di bawah 5%, hal ini menandakan adanya perbedaan varian, sehingga langkah-langkah korektif perlu dilakukan.

3.9 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2021) Analisis regresi digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah

hubungan antara variabel dependen dengan independen. Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan dengan variabel dependen (Y). Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana model dapat diandalkan sebagai alat peramalan dan untuk mengukur seberapa baik model tersebut menggambarkan hubungan antara variabel independen dan dependen. Regresi linier berganda merupakan metode analisis yang krusial dalam statistik, karena memungkinkan peneliti untuk menilai kontribusi dari setiap variabel bebas dalam memprediksi nilai variabel terikat.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

Y = Keputusan Pembelian (variabel dependen)

X₁ = Harga (variabel independent 1)

X₂ = Kualitas Produk (variabel independen 2)

X₃ = Citra Merek (variabel independen 3)

a = Konstanta

β = Koefisien regresi

3.10 Uji Hipotesis Penelitian

3.10.1 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai R² berkisar antara nol hingga satu. Nilai R² yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang sangat terbatas dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai R² mendekati satu, hampir seluruh informasi dari variabel independen diperlukan untuk memprediksi variasi pada variabel dependen.

3.10.2 Uji F

Uji F bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Uji ini digunakan untuk menilai

pengaruh keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau 5%. Jika nilai signifikan $F < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen, dan sebaliknya (Ghozali, 2021). Berdasarkan tingkat signifikansi, hipotesis dapat diterima atau ditolak dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika tingkat nilai signifikansi mencapai $< 0,05$, maka H_0 ditolak.
2. Jika tingkat nilai signifikansi mencapai $> 0,05$, maka H_0 diterima.

3.10.3 Uji T

Menurut Ghozali (2021) Uji T digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen secara individu terhadap variabel dependen. Uji parsial (T) ini sering digunakan dalam analisis regresi linier sederhana atau berganda untuk menentukan apakah masing-masing variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y). Pengambilan keputusan dalam uji T didasarkan pada nilai signifikansi (sig.) 5% dan perbandingan antara nilai estimasi dengan t tabel. Panduan ini membantu memastikan apakah variabel independen signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Kesimpulan hipotesis dalam uji t sebagai berikut:

1. Nilai signifikan $t > 0,05$ dan $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Nilai signifikan $t < 0,05$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Cara pengujian masing-masing hipotesis di uraikan berikut ini:

1. $H_0: \beta_1 \leq 0$, Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan pembelian.
 $H_1: \beta_1 > 0$, Adanya pengaruh positif signifikan antara Harga terhadap Keputusan pembelian.
2. $H_0: \beta_1 \leq 0$, Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Citra Merek terhadap Keputusan pembelian.

$H_1: \beta_1 > \emptyset$, Adanya pengaruh positif signifikan antara Citra Merek terhadap Keputusan pembelian.

3. $H_0: \beta_1 \leq \emptyset$, Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian.

$H_1: \beta_1 > \emptyset$, Adanya pengaruh positif signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian.

